



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



ProWomen – Up-skilling Itineraries for Women as New Cultural Promoters to Enhance Territorial Heritage

Ε4: Επικοινωνία και Μάρκετινγκ

Προσωπική και Εταιρική Επωνυμία και Μάρκετινγκ

Anastasia Liopetriti

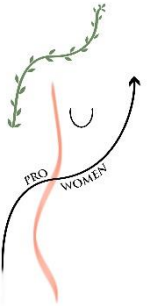
Senior EU Project Manager – CSI Cyprus

anastasia.Liopetriti@csicy.com



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



Στόχοι για σήμερα:

Κατανόηση όσον αφορά:

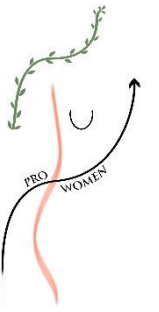
- ❖ την έννοια της προσωπικής επωνυμίας
- ❖ την έννοια της εταιρικής επωνυμίας
- ❖ την έννοια του μάρκετινγκ
- ❖ στρατηγικές, δράσεις και εργαλεία





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



Μέρος Α': Η προσωπική επωνυμία



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-

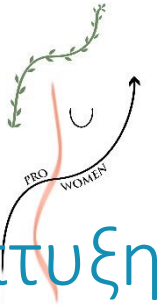
Προσωπική Επωνυμία



Η προσωπική επωνυμία είναι η διαδικασία ανάπτυξης ενός «σημαδιού» που δημιουργείται γύρω από το όνομά σας ή την καριέρα σας. Χρησιμοποιείτε αυτό το «σημάδι» για να εκφράσετε και να κοινοποιήσετε τις δεξιότητές σας, την προσωπικότητα και τις αξίες σας.

Όλοι μπορούμε να είμαστε μια επωνυμία και να καλλιεργήσουμε τη δύναμή μας για να ξεχωρίσουμε και να είμαστε μοναδικοί. Αυτή η μοναδικότητα προσελκύει τους ανθρώπους στο προϊόν μας, στις υπηρεσίες μας ή ακόμα και στο μήνυμά μας. Η προσωπική σας επωνυμία πρέπει να αφορά ποιοι είστε και τι έχετε να προσφέρετε.

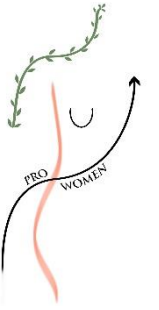
Η προσωπική επωνυμία είναι μια επικοινωνιακή διαδικασία μέσω της οποίας ένα θέμα καθορίζει τα ισχυρά σημεία που τον διακρίνουν αποκλειστικά από άλλους. Γι' αυτό αναφέρεται συχνά ως «αυτο-μάρκετινγκ».



Η προσωπική επωνυμία συνδέεται με την προσωπική σας ανάπτυξη!

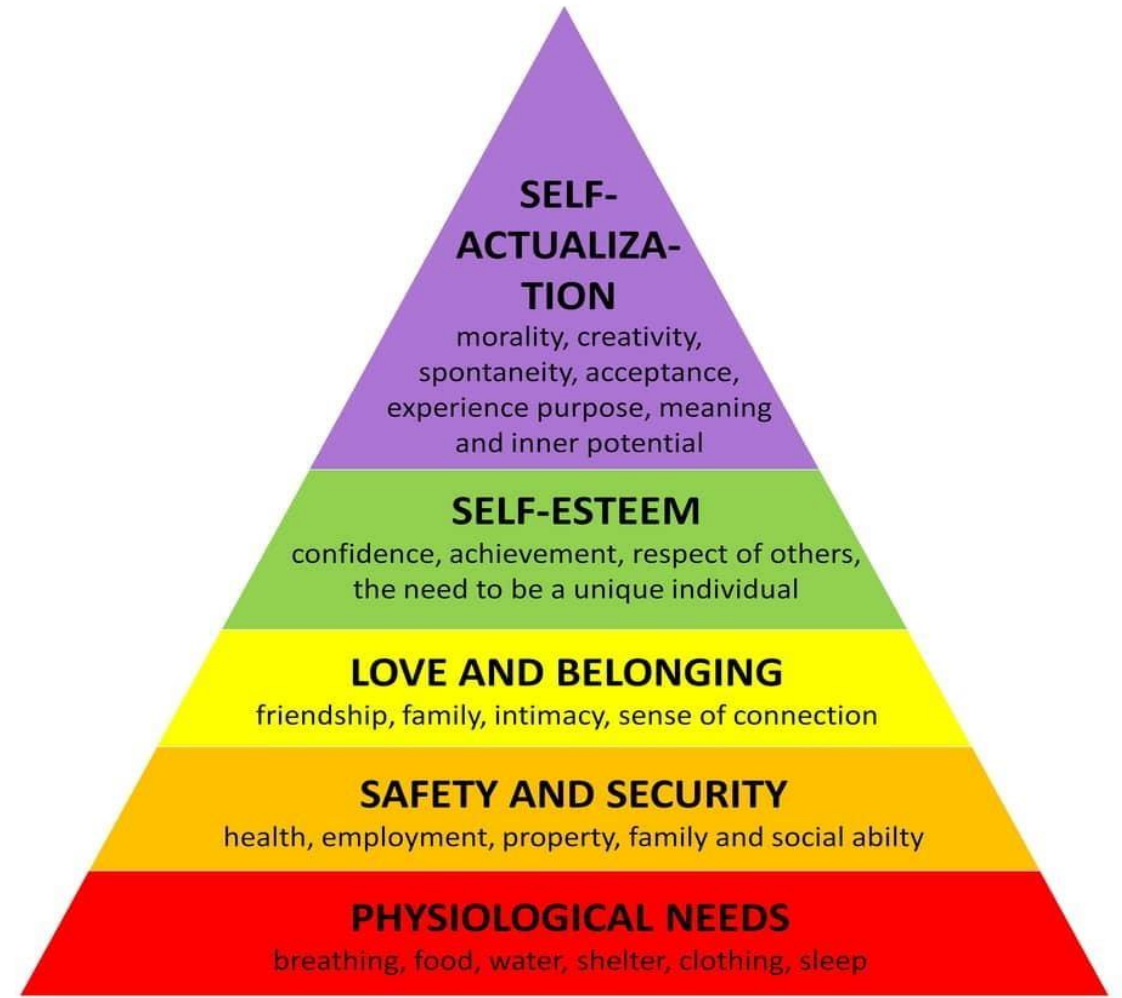
- Είναι σημαντικό να ξεχωρίσετε τον εαυτό σας για να αναγνωριστείτε στο επάγγελμά σας: Πρέπει να τονίσετε τις αξίες σας, τις ικανότητές σας, τα ταλέντα σας!
- Η ειλικρίνεια και η ακεραιότητά σας είναι οι κινητήριες δυνάμεις πίσω από την ανάπτυξη της επωνυμίας σας: Θα πρέπει να είναι αυθεντικό για εσάς, σχετικό με το επάγγελμά σας, πραγματικό και ένα μοναδικό μήνυμα το οποίο σας ξεχωρίζει από τους άλλους.
- Θα πρέπει να είναι ένα σαφές, σύντομο μήνυμα, ώστε οι άνθρωποι να καταλάβουν ποιοι είστε, τι υποστηρίζετε και ποιες δεξιότητες προσφέρετε στο επάγγελμά σας.
- Η ανάπτυξη της προσωπικής σας επωνυμίας βοηθά στην ενίσχυση των επαγγελματικών σας ευκαιριών σήμερα και στο μέλλον και η επωνυμία σας μπορεί να αναπτυχθεί καθώς αναπτύσσεστε ως επαγγελματίας.

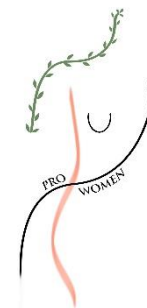




Προσωπική επωνυμία: Προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη

- Η προσωπική ανάπτυξη αφορά την επέκταση των οριζόντων σας και την απόλαυση όσων κάνετε, ώστε να μπορείτε να πετύχετε περισσότερα από αυτά που θέλετε.
- Δεν είναι κάτι που μπορεί να βιαστεί. Δεν είναι μια τεχνική ή εργαλείο για να κάνετε μια γρήγορη επιδιόρθωση. Η προσωπική ανάπτυξη είναι η στάση που έχετε ότι βελτιώνετε συνεχώς τη ζωή σας.
- Η προσωπική ανάπτυξη καθοδηγείται από την επιθυμία σας να βελτιώνετε συνεχώς τον εαυτό σας και να γίνετε το άτομο που έπρεπε να είστε.
- Η ίδια έννοια πρέπει να εφαρμοστεί στην επαγγελματική ανάπτυξη, στην ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού έργου. Αυτή η ανάπτυξη πρέπει να είναι προγραμματισμένη και στρατηγική.





Προσωπική Επωνυμία

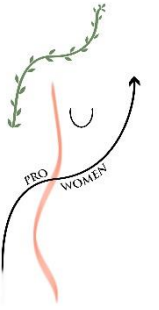
Ας αναλογιστούμε τις
αξίες μας!
Πώς μπορούμε να τα
επικοινωνήσουμε;



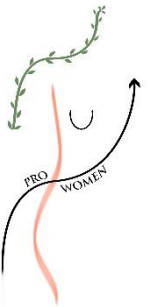


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176

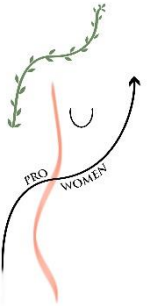


Μέρος Β': Εταιρική Επωνυμία και Μάρκετινγκ



Εταιρική Επωνυμία

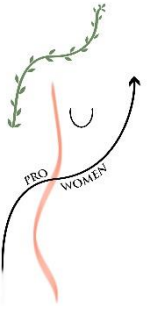
- Η εταιρική επωνυμία αναφέρεται στην πρακτική προώθησης της επωνυμίας μιας εταιρικής οντότητας, σε αντίθεση με συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες. [...] Παρόλο που η εταιρική επωνυμία είναι μια ξεχωριστή δραστηριότητα από την επωνυμία προϊόντων ή υπηρεσιών, αυτές οι διαφορετικές μορφές επωνυμίας μπορούν, και συχνά συμβαίνουν, συνδιάζονται με την δεδομένη εταιρεία.
- Η επωνυμία είναι το σύνολο των προσδοκιών όπου οι ενδιαφερόμενοι συνδέονται με την εταιρεία σας ή το έργο σας.



Εταιρική Επωνυμία

- Η επωνυμία σας είναι ΠΟΙΟΙ είστε, ΤΙ κάνετε, ΓΙΑΤΙ το κάνετε και ΓΙΑ ΠΟΙΟΝ το κάνετε. Είναι η υπόσχεσή σας στους πελάτες σας. Αντιπροσωπεύει τι περιμένουν οι πελάτες (τουρίστες) από την εταιρεία σας.
- Εταιρική επωνυμία είναι το όνομα της εταιρείας σας, αλλά και το λογότυπό σας, η ποιότητα της εξυπηρέτησης και των προϊόντων (πελάτης), η επεξεργασία και η κατάρτιση των εργαζομένων, οι συσκευασίες, οι διαφημίσεις, τα χαρτικά κ.λπ.

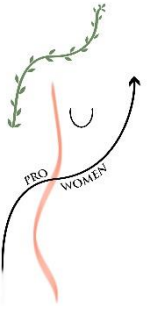




Μάρκετινγκ

- Μάρκετινγκ σημαίνει προσέλκυση πελατών και προσδιορισμός, πρόβλεψη και ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών τους.
- Η ιδέα και η στρατηγική μάρκετινγκ πρέπει να προβλέπουν τι θέλουν και χρειάζονται οι πελάτες σας και πώς μπορείτε να παραδώσετε ένα προϊόν που είναι πιο ελκυστικό από αυτό του ανταγωνιστή σας.





Βασικά στοιχεία μάρκετινγκ: Ανάγκες, επιθυμίες, απαιτήσεις

- **Ανάγκες:** Κάτι απαραίτητο για τους ανθρώπους να ζήσουν μια υγιή, σταθερή και ασφαλή ζωή. Όταν οι ανάγκες παραμένουν ανεκπλήρωτες, υπάρχει σαφής αρνητική έκβαση: δυσλειτουργία ή θάνατος. Οι ανάγκες μπορεί να είναι αντικειμενικές και φυσικές, όπως η ανάγκη για τροφή, νερό και καταφύγιο. ή υποκειμενικό και ψυχολογικό, όπως η ανάγκη να ανήκεις σε μια οικογένεια ή μια κοινωνική ομάδα και η ανάγκη για αυτοεκτίμηση.
- **Επιθυμίες:** Κάτι που είναι επιθυμητό, επιθυμία ή φιλοδοξία. Οι επιθυμίες δεν είναι απαραίτητες για τη βασική επιβίωση, αλλά είναι σίγουρα απαραίτητες για τους τουρίστες που θέλουν να κάνουν ένα δρομολόγιο. Οι επιθυμίες συχνά διαμορφώνονται από τον πολιτισμό ή από ομότιμες ομάδες.
- **Απαιτήσεις:** Όταν οι ανάγκες και οι επιθυμίες υποστηρίζονται από την ικανότητα πληρωμής, έχουν τη δυνατότητα να γίνουν οικονομικές απαιτήσεις.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



Μάρκετινγκ για τους Υποστηρικτές του Τουρισμού

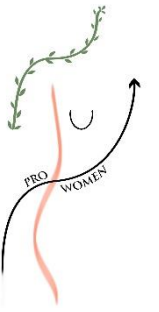
Ως τουριστικός υποστηρικτής της επικράτειάς σας, πρέπει να ικανοποιήσετε τις ανάγκες και τις επιθυμίες των τουριστών, αλλά δεν πρέπει να κάνετε υποσχέσεις που δεν συνάδουν με το επαγγελματικό σας προφίλ και ή δεν είναι εφικτές.



Σχέδιο Μάρκετινγκ

Ένα σχέδιο μάρκετινγκ είναι ένας στρατηγικός χάρτης πορείας για εσάς για να οργανώσετε και να εφαρμόσετε τη στρατηγική σας. Περιλαμβάνει

- Τους στόχους μάρκετινγκ που αντιστοιχούν στον συνολικό επιχειρηματικό σας στόχο
- Την τρέχουσα κατάσταση μάρκετινγκ σας
- Ένα σχέδιο δράσης για την εφαρμογή της στρατηγικής σας (ποιος θα κάνει τι, πώς και πότε;)
- Τους δείκτες που θα σας πουν ότι έχετε επιτύχει τον στόχο σας ("Βασικοί δείκτες απόδοσης")
- Την πελατειακή σας βάση και οι ανάγκες τους



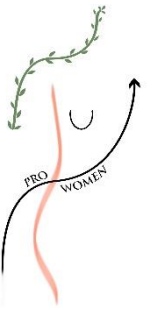
Τύποι σχεδίων μάρκετινγκ

- **Τριμηνιαία ή ετήσια σχέδια μάρκετινγκ:** Αυτά τα σχέδια επισημαίνουν τις στρατηγικές ή τις καμπάνιες που θα λάβετε σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο.
- **Σχέδιο μάρκετινγκ επί πληρωμή:** Αυτό το σχέδιο θα μπορούσε να επισημάνει στρατηγικές επί πληρωμή, όπως εγγενείς διαφημίσεις ή προωθημένες προσφορές κοινωνικών μέσων.
- **Σχέδιο μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων:** Αυτό το σχέδιο θα μπορούσε να επισημάνει τα μέσα, τις τακτικές και τις καμπάνιες που σκοπεύετε να πραγματοποιήσετε συγκεκριμένα στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης.
- **Πρόγραμμα μάρκετινγκ περιεχομένου:** Αυτό το σχέδιο θα μπορούσε να επισημάνει διαφορετικές στρατηγικές, τακτικές και καμπάνιες στις οποίες θα χρησιμοποιήσετε περιεχόμενο για την προώθηση της επιχείρησης ή του προϊόντος σας.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176

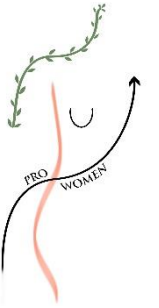


Τύποι σχεδίων μάρκετινγκ

Περισσότερες πληροφορίες:

<https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-plan-examples>

https://offers.hubspot.com/marketing-plan-template?hubs_post-cta=bottom για
λήψη ενός δωρεάν προτύπου προγράμματος μάρκετινγκ



Σχεδιάστε τη στρατηγική σας

TO CREATE THE PLAN:

1. **Identify what's important to you** (core values).
The first step is to clarify your values. Ask yourself, "What values and virtues do I most admire and wish to incorporate into my life?"
1. **Decide where you want to go** (mission).
The clearer you are about what you value and believe in, the happier and more effective you will be.
1. **Envision what it looks like when you get** (vision).
2. **Identify any roadblocks in your way** (critical issues).
3. **Identify the goals to breakthrough roadblocks.**
4. **Create a plan to meet the goals.**
5. **Establish check points; adjust the plan as needed.**

NECESSARY ACTION STEPS:

1. **Make a list of your core values.**
2. **Make your mission your priority.**
3. **Create a picture of what your mission looks like completed.**
4. **Clearly state the qualities you will demonstrate.**
5. **Make your decisions based on your values and the end results you want.**
6. **Revisit your values and vision periodically.**
7. **Live every day based on what you have decided to be the *most* important in your life.**

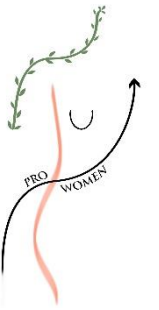


Προγραμματισμός της στρατηγικής σας: Ορίστε το κοινό-στόχο σας

❖ **Με ποιον θέλετε να συνδέονται οι καμπάνιες μάρκετινγκ.** Είναι αυτά με τα οποία τα μηνύματα μάρκετινγκ θα φτάσουν στο σπίτι τους, που αγαπούν και εκτιμούν αυτό που προσφέρετε και θα πληρώσουν με χαρά το τίμημα που χρεώνετε.

❖ **Ορίστε τα 4P σας:**

- Προϊόν
- τιμή
- θέση
- προβολή



Σχεδιάστε τη στρατηγική σας

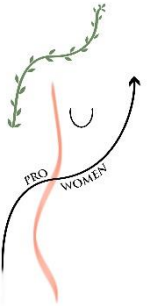
❖ Ορίστε τους ΣΜΚΡΕ (SMART) στόχους σας





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

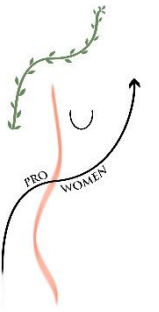
Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



Σχεδιάστε τη στρατηγική σας

- ❖ Ορίστε τον προϋπολογισμό σας: Πόσο σκοπεύετε να ξοδέψετε στο μάρκετινγκ και την προώθηση καθ' όλη τη διάρκεια του επόμενου έτους και πόσο θα κοστίσει τα στοιχεία δράσης που αναφέρατε παραπάνω;

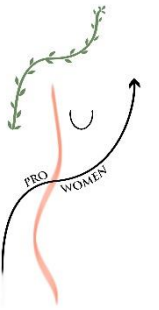
<https://www.bizeez.com/successful-tourism-marketing-plan/>



Προγραμματισμός της στρατηγικής σας: Άσκηση

Χωρίστε σε 3 ομάδες και προσπαθήστε να βρείτε μια στρατηγική για να πουλήσετε ένα τουριστικό δρομολόγιο σε κάθε ομάδα!

- ❖ Επιλέξτε ένα τοπικό τουριστικό αξιοθέατο για να προωθήσετε και να ορίσετε τον στόχο μάρκετινγκ: Τι θέλετε να πετύχετε;
- ❖ Ερευνήστε τη βιομηχανία σας και αναλύστε τον ανταγωνισμό σας: Χρησιμοποιήστε την έρευνα κοινωνικών μέσων δικτύωσης για να προσδιορίσετε τις τουριστικές τάσεις στην περιοχή σας, τις στρατηγικές ανταγωνιστών και τα λάθη που πρέπει να αποφύγετε.
- ❖ Γράψτε τη δήλωση αποστολής σας για τη στρατηγική μάρκετινγκ:
 - Τι κάνουμε;
 - Ποιον εξυπηρετούμε;
 - Πώς τους εξυπηρετούμε;



Προγραμματισμός της στρατηγικής σας: Άσκηση

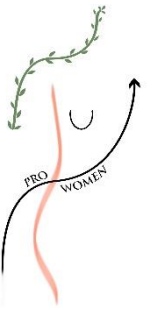
Λάβετε υπόψη τα βήματα για τα οποία μιλήσαμε!

- ❖ Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ή να συμβουλευτείτε οποιοδήποτε από τα 4 δρομολόγια που έχουν αναπτυχθεί για την περιοχή σας εάν το βρείτε χρήσιμο!
- ❖ Θυμηθείτε ότι θα έχετε τον Άτλα ως (αυτο-) εργαλείο προώθησης - ποια στρατηγική θα αναπτύξετε για το δρομολόγιό σας;
- ❖ Θυμηθείτε τους λογαριασμούς τουρισμού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης που ερευνήσατε και αναλύσατε!
- ❖ Παρουσιάστε τα σχέδιά σας και πείστε τους άλλους να τα ψηφίσουν



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



Συλλογισμός

Τι πιστεύετε για τη συνεδρία;

Τι έμαθες?

Σε τι πρέπει να εργαστείτε;

Πώς ένιωσες το να δουλεύεις σε μια ομάδα;





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063176



ProWomen – Up-skilling Itineraries for Women as New Cultural Promoters to Enhance Territorial Heritage

Ε4: Επικοινωνία και Μάρκετινγκ

Προσωπική και Εταιρική Επωνυμία και Μάρκετινγκ

Anastasia Liopetriti

Senior EU Project Manager – CSI Cyprus

anastasia.Liopetriti@csicy.com